90-00472/

# Regional Offices

**Newfoundland**

Parsons Building
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8950
ST. JOHN'S, Newfoundland
A1B 3R9
Tel: (709) 772-4053

**Prince Edward Island**

Confederation Court Mall
Suite 400
134 Kent Street
P.O. Box 1115
CHARLOTTETOWN
Prince Edward Island
C1A 7M8
Tel: (902) 566-7400

**Nova Scotia**

1496 Lower Water Street
P.O. Box 940, Station M
HALIFAX, Nova Scotia
B3J 2V9
Tel: (902) 426-2018

**New Brunswick**

770 Main Street
P.O. Box 1210
MONCTON
New Brunswick
E1C 8P9
Tel: (506) 857-6400

**Quebec**

Tour de la Bourse
P.O. Box 247
800, place Victoria
Suite 3800
MONTRÉAL, Quebec
H4Z 1E8
Tel: (514) 283-8185

**Ontario**

Dominion Public Building
4th Floor
1 Front Street West
TORONTO, Ontario
M5J 1A4
Tel: (416) 973-5000

**Manitoba**

330 Portage Avenue
Room 608
P.O. Box 981
WINNIPEG, Manitoba
R3C 2V2
Tel: (204) 983-4090

**Saskatchewan**

105 - 21st Street East
6th Floor
SASKATOON, Saskatchewan
S7K 0B3
Tel: (306) 975-4400

**Alberta**

Cornerpoint Building
Suite 505
10179 - 105th Street
EDMONTON, Alberta
T5J 3S3
Tel: (403) 420-2944

**British Columbia**

Scotia Tower
9th Floor, Suite 900
P.O. Box 11610
650 West Georgia St.
VANCOUVER, British Columbia
V6B 5H8
Tel: (604) 666-0434

**Yukon**

108 Lambert Street
Suite 301
WHITEHORSE, Yukon
Y1A 1Z2
Tel: (403) 668-4655

**Northwest Territories**

Precambrian Building
P.O. Box 6100
YELLOWKNIFE
Northwest Territories
X1A 1C0
Tel: (403) 920-8568

*For additional copies of this profile contact:*

*Business Centre*
*Communications Branch*
*Industry, Science and Technology Canada*
*235 Queen Street*
*Ottawa, Ontario*
*K1A 0H5*

*Tel: (613) 995-5771*

**PU 3023**

# INDUSTRY PROFILE

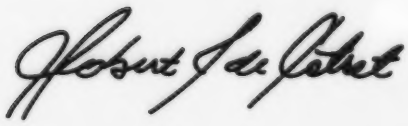
# TOYS AND GAMES

1988

## FOREWORD

In a rapidly changing global trade environment, the international competitiveness of Canadian industry is the key to survival and growth. This Industry Profile is one of a series of papers which assess, in a summary form, the current competitiveness of Canada's industrial sectors, taking into account technological and other key factors, and changes anticipated under the Canada-U.S. Free Trade Agreement. Industry participants were consulted in the preparation of the papers.

The series is being published as steps are being taken to create the new Department of Industry, Science and Technology from the consolidation of the Department of Regional Industrial Expansion and the Ministry of State for Science and Technology. It is my intention that the series will be updated on a regular basis and continue to be a product of the new department. I sincerely hope that these profiles will be informative to those interested in Canadian industrial development and serve as a basis for discussion of industrial trends, prospects and strategic directions.



**Minister**

Canada

## 1. Structure and Performance

**Structure**

The toys and games industry comprises producers of three broad product groups. The first covers a wide range of board, skill/action and video games, puzzles and play toys (73 percent of 1986 industry shipments). The second consists of dolls, dolls' clothing and stuffed toys (21 percent). The third includes children's vehicles such as bicycles (wheels under 35,5 cm in diameter), tricycles, sleighs, toboggans, scooters and plastic ride-on vehicles (six percent). Bicycles over 35,5 cm are included in the sporting goods sector, addressed in a separate Industry Profile.

In 1986, there were an estimated 98 establishments employing 3925 workers with shipments of approximately $350 million. Imports in 1986 were $372 million, 56 percent of the domestic market. The main source of imports are the United States at $105 million, followed by Hong Kong at $73 million, the Republic of Korea, $42 million, and Taiwan, $32 million.

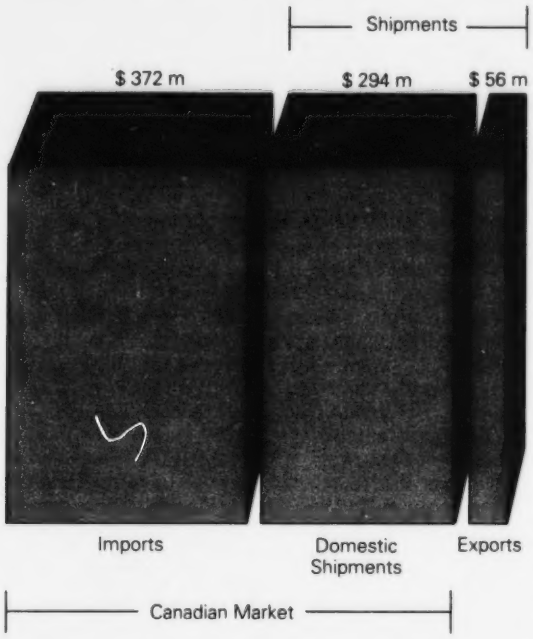
Exports of $56 million represented 16 percent of shipments. The major export market is the United States at $48 million, mainly board games, followed by the United Kingdom (U.K.) at $3.3 million and the Federal Republic of Germany (F.R.G.), $1.3 million. The industry is concentrated in Toronto (51 percent) and in Montréal (30 percent), both of which offer access to large consumer markets and labour pools, as well as to input materials and sub-contracting facilities such as plastic moulding, packaging and sewing.

The industry is dominated by a few large operations which produce a wide range of product lines and account for the largest proportion of output. In 1986, 21 of the 98 companies produced 88 percent of industry shipments. Most of the remaining operations are small, privately owned, family-operated companies. In 1986, 68 percent of all companies employed less than 20 people, but together they accounted for only seven percent of total employment and industry shipments. Most of the smaller, Canadian-owned firms specialize in one or two product lines.

Foreign ownership (primarily American) and dominance by larger operations have both increased since 1973, so that by 1986 foreign-controlled companies represented 40 percent of establishments and 68 percent of industry shipments. However, in 1987 two large foreign-owned companies, Coleco and Tonka, ceased manufacturing in Canada. This shift in production will likely result in a decrease in domestic shipments and employment in 1988.

The majority of toy and game companies are domestically oriented, and even the larger Canadian firms manufacture under licence products whose export rights tend to be controlled by the large U.S. multinational enterprises (MNEs). Canadian operations also are often used to satisfy short-term U.S. and offshore MNE capacity constraints.

Industry, Science and Technology Canada
Industrie, Sciences et Technologie Canada




***Imports, Exports and Domestic Shipments 1986***

**Performance**

The demand for toys and games is dependent on a number of complex demographic, social and economic factors. In particular, the level of real personal disposable income is a major determinant of consumer expenditures on toys and games. As well, the number of children under the age of 15 is increasing, due to the baby boomers who are having children later in life.

Demand is also highly seasonal with over two-thirds of the sales occurring during the last three months of the year. Sales are heavily influenced by changes in personal disposable income, the level of consumer confidence and fads (Trivial Pursuit, Cabbage Patch and Wrinkles).

During the 1973-1986 period, industry shipments grew at a real average annual rate of less than two percent. During this period the industry became more capital intensive as the more labour-intensive activities were, and continue to be, shifted to lower-cost, offshore producers. Consequently, employment declined by more than one percent annually, from about 4400 to 3925 persons over this period.

The number of establishments has increased erratically, from 63 in 1973 to 98 in 1986. These new establishments are primarily small operations, with up to four employees, set up to take advantage of new consumer demands, such as the renewed interest in the board-game market created by Trivial Pursuit and Balderdash.

During the 1973-1984 period exports grew at a very slow rate. However, during the 1984-1986 period exports increased significantly, due to the success of Trivial Pursuit.

Over the past ten years, the United States has been the major market for Canadian manufactured or assembled toys and games, accounting for 86 percent ($48 million) of exports in 1986. In the years prior to 1980, exports to the United States were mainly products for which demand was not sufficient to be economically produced by the U.S. parent firms. Such products include splasher pools, plastic injection-moulded parts and board-game parts.

In contrast to exports, imported products are taking an increasing proportion of the apparent Canadian market for toys and games (41 percent in 1973 to almost 56 percent in 1986). The major imported products are toys and parts ($167 million), stuffed toys ($50 million), dolls and doll parts ($40 million) and games and entertainment equipment ($31 million).

Prior to 1981 the United States was the major supplier to the Canadian market. However, in the past three years, low-wage countries (such as Hong Kong, Taiwan and South Korea) have significantly increased their share of the apparent Canadian market. The structural shift of labour-intensive activities to low-cost, offshore producers is reflected in the increasing importance of imports from Asian countries. In 1986, 60 percent of Canadian imports were from Asian countries, largely made up of finished items including dolls, stuffed animals and die-cast metal toys. These imports have displaced Canadian manufacturing. On the other hand, imports from the United States were mainly parts which required further manufacturing in Canada.

The financial situation within this industry is difficult to assess, since specific profit information cannot be separated at this level.

## 2. Strengths and Weaknesses

**Structural Factors**

The world toys and games industry is dominated by a few large, mainly U.S., multinational enterprises (MNEs) who are responsible for developing new toys and making production and promotional/marketing decisions on a global basis. The industry is characterized by increasing rationalization and concentration of manufacturing activity designed to enhance MNE market shares and global distribution systems. This has resulted in the North American industry being placed under severe import pressures as the manufacture of the more labour-intensive products is moved offshore to Asian countries, where labour rates are significantly lower, and the North American industry becomes more and more oriented toward assembly, packaging and distribution.

The Canadian industry is, to a large extent, a branch-plant sector, established to serve the relatively small domestic market behind high-tariff walls. The industry benefits neither from large economies of scale, from production cost advantages, nor from any other inherent attributes. As a result, the Canadian industry suffers major disadvantages, not only in the global context, but also in the North American context. The impact of the differences in raw material costs, transportation and economies of scale between Canadian producers and their foreign competitors are significant when determining "make or buy" decisions.

Material costs tend to be lower in the United States than in Canada, due mainly to volume discounts. Many of the components and parts are U.S.-sourced via intra-corporate transfers, and are subject to tariffs and exchange-rate differentials. In addition, there are several anomalies in the tariffs on imported toy parts, where the finished products have a lower duty rate than the parts for these same complete toys. Shorter production runs and more frequent changeovers all contribute to higher costs of manufacturing. There is no significant difference between labour rates in Canada and the United States for toy and game production workers. Transportation costs, on the other hand, may encourage production in Canada of larger, bulky toys such as plastic ride-on vehicles and large stuffed toys to serve the domestic market.

Promotion, in the form of sophisticated, costly advertising campaigns (Saturday morning T.V., films) and licensing is a critical element in creating demand for and in selling toys. The U.S. industry is a world leader in the development of toys and games and is considered to be the most sophisticated country in introducing marketing, advertising and promotional efforts to support sales.

In the global and North American context, U.S. companies tend to license the manufacturing of large toys for the domestic market to Canadian operations, to offset short-term U.S. and offshore MNE capacity constraints or to give Canadian operations North American mandates for more mature and/or lower-demand products.

Canadian subsidiaries of large U.S. MNEs benefit from enhanced technology transfer, management skills, marketing skills, advertising, promotional and financial resources. In addition, to encourage manufacturing in Canada, subsidiary companies can take advantage of a special remission order which allows the temporary entry of dies, moulds and patterns. Such items may be entered temporarily with duty levied on 1/60 of the appraised value for each month, or portion thereof, that it remains in Canada. This arrangement eliminates the costly duplication of dies and moulds for short production runs. On the other hand, the foreign ownership has placed some constraints on independent marketing, exporting and indigenous R&D. Product mandates, on the other hand, tend to be limited to the more mature products.

**Trade-related Factors**

The tariffs imposed on toy and game products by Canada and our major trading partners are as follows:

*1988 MOST FAVOURED NATION TARIFFS*

| | Canada % | U.S. % | E.C. % | Japan % | Australia % |
|---|---|---|---|---|---|
| Finished products | 3.9-17.6 | 5-12 | 6-10.5 | 3.8-4.6 | 10-25 |
| Parts | 0-25 | 0-10 | 5.5-8 | 0-4.6 | 10-25 |

Canadian tariffs tend to be higher than those of the United States, the European Community (E.C.) and Japan, but lower than those of Australia. It is estimated that at least 63 percent of imports enter Canada under General Preferential Tariff (GPT) rates from developing countries, which range between 0 and 11.5 percent. The United States and the E.C. have duty-free, preferential tariff rates for developing countries.

Under the Canada-U.S. Free Trade Agreement (FTA) tariffs are to be eliminated bilaterally over ten years. The Rules of Origin will be particularly important for those companies that currently assemble imported parts and export some of the finished products to the United States. Duty drawbacks on parts imported from third countries for products exported to the United States will be eliminated after five years. The FTA also provides that efforts be made to harmonize technical standards.

**Technological Factors**

With the dominance of foreign ownership, the level of indigenous research and development and product promotion within the industry is low in comparison with the industries in the United States, western Europe and Hong Kong. As a result, very few products are originally developed within the Canadian industry or are first introduced into the Canadian market. The Canadian industry (both foreign and domestic controlled) to a great extent depends upon outside sources, notably the United States, for purchased or licensed technology, new product ideas, inventions and fads. In addition, this sector has not kept pace with its U.S. counterpart in modernizing manufacturing facilities. Capital expenditures, in comparison to sales levels, have been lower in Canada than in the United States.

**Other Factors**

The major regulations affecting the Canadian toys and games industry are the *Packaging and Labelling Act*, as it applies to bilingual packaging, and the *Hazardous Products Act*, which ensures toys are safe for children's use. In addition, Quebec introduced a law in April, 1980 banning TV advertising aimed directly at children under 13 years of age.

There are no non-tariff barriers affecting Canada's trade in toys and games. Canada, as with most countries, has regulations pertaining to toy safety which are developed with the help of the industry. The Canadian Toy Manufacturers Association has been active in developing common standards with counterpart bodies in other countries.

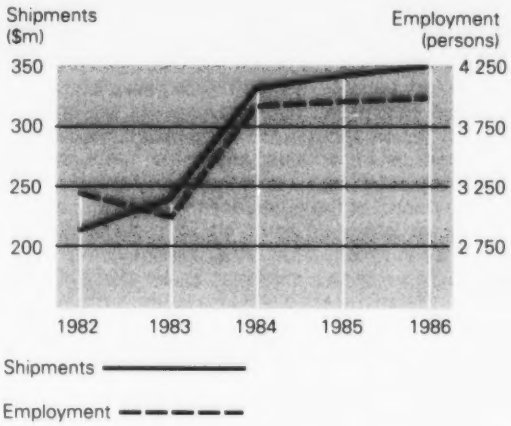
Another factor which plays a role in the acceptance of toys is the annual toy-buyers' guide which is produced by the Canadian Toy Testing Council. The council, a non-profit, quasi-government organization, produces a guide for consumers based on toy safety, design, durability and, most importantly, "play" value.

## 3. Evolving Environment

Recent trends in this sector indicate that toys are emerging as an important child development tool. Faced with less time to spend with their preschoolers but more money to spend on them, working parents are demanding toys that, in their absence, develop, educate and teach, rather than merely entertain. Some of the smaller Canadian manufacturers have successfully developed new and educational games and it is anticipated that this trend will continue to offer a stable, growing market over the next few years.

The restructuring of the North American industry with mergers, acquisitions and divestitures by MNEs to expand global distribution will produce a more concentrated industry, composed of larger and stronger companies which can better exploit economies of scale. However, it is expected that domestic production will not keep pace with demand as the shift to low-wage, offshore facilities will continue to displace domestic production in favour of the warehousing of U.S.- and Asian-produced goods.

With respect to the implementation of the FTA, as tariffs are eliminated over a 10-year period, the industry will face increased direct competition from U.S. products. Given their size, the importance of massive, sophisticated promotion campaigns undertaken by the larger U.S. companies and the important role licensing plays in the industry, the U.S. manufacturers will continue to dominate the world industry. The Rules of Origin will have a negative effect on companies that presently assemble imported parts and export finished products to the United States, since these assembled products will not likely qualify for preferential treatment. This will accelerate the trend to locate production destined for the U.S. market either in the United States or offshore. While some small manufacturing will remain in Canada, the majority of Canadian manufacturers will likely shift their activities more in the direction of manufacturing to warehousing and distribution of imported products.




*Total Shipments and Employment*

## 4. Competitiveness Assessment

The Canadian industry is not considered to be internationally competitive, and will continue to be at a competitive disadvantage for the foreseeable future. The Canadian toys and games industry is, to a large extent, a branch-plant sector serving the domestic market, and is dominated by a few large, foreign MNEs which, in effect, control the industry worldwide. Plants in Canada are relatively small and do not benefit from economies of scale, lower production costs or any other inherent advantages. With the increasing movement of the more labour-intensive production to low-cost, offshore manufacturing facilities, the Canadian industry is becoming more and more oriented to packaging and distribution.

Overall, the phasing out of tariffs under the FTA is likely to make a further contribution to the global trends discussed above which have been negatively affecting the Canadian toys and games industry.

For further information concerning the subject matter contained in this profile, contact:

Service Industries and Consumer Goods Branch
Industry, Science and Technology Canada
Attention: Toys and Games
235 Queen Street
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

(613) 954-3104

## PRINCIPAL STATISTICS

SIC(s) COVERED: 3932*

| | 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Establishments | 63 | 76 | 74 | 96 | 98 | 98 |
| Employment | 4 408 | 3 241 | 3 000 | 3 878 | 3 900 | 3 925 |
| Shipments ($ millions) | 98 | 215 | 240 | 330 | 340 | 350 |

## TRADE STATISTICS

| | 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Exports ($ millions) | 13.7 | 31 | 28.4 | 84.6 | 56.3 | 56.0 |
| Domestic shipments ($ millions) | 85.3 | 184 | 211.6 | 245.4 | 283.7 | 294.0 |
| Imports ($ millions) | 60.3 | 287 | 293.8 | 337.8 | 325.0 | 372.0 |
| Canadian market ($ millions) | 145.6 | 501 | 505.4 | 583.2 | 608.7 | 666.0 |
| Exports – % of shipments | 14.0 | 14.4 | 11.8 | 25.6 | 16.5 | 16.0 |
| Imports – % of domestic market | 41.4 | 57.3 | 58.1 | 57.9 | 53.4 | 55.9 |

| Source of imports (% of total value) | | U.S. | E.C. | Asia | Others |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1981 | 38.7 | 7.2 | 49.7 | 4.4 |
| | 1982 | 35.4 | 10.4 | 51.3 | 2.9 |
| | 1983 | 43.0 | 10.7 | 44.0 | 2.3 |
| | 1984 | 34.3 | 6.0 | 50.7 | 9.0 |
| | 1985 | 25.3 | 5.9 | 63.0 | 5.8 |
| | 1986 | 28.3 | 6.5 | 60.3 | 4.9 |

| Destination of exports (% of total value) | | U.S. | E.C. | Asia | Others |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1981 | 57.3 | 25.8 | 1.0 | 16.2 |
| | 1982 | 55.1 | 18.8 | 2.0 | 24.1 |
| | 1983 | 67.3 | 14.4 | 4.0 | 14.3 |
| | 1984 | 92.9 | 3.8 | 2.6 | 0.7 |
| | 1985 | 90.7 | 4.8 | 0.5 | 4.0 |
| | 1986 | 86.0 | 9.5 | 0.8 | 3.7 |

## REGIONAL DISTRIBUTION — Average over the last 3 years

| | Atlantic | Quebec | Ontario | Prairies | B.C. |
|---|---|---|---|---|---|
| Establishments – % of total | 4.1 | 30.2 | 51.1 | 8.3 | 6.3 |
| Employment – % of total | 0.2 | 29.7 | 68.7 | 0.4 | 1.0 |
| Shipments – % of total | 0.1 | 24.9 | 71.6 | 1.0 | 2.4 |

## MAJOR FIRMS

| Name | Ownership | Location of Major Plants |
|---|---|---|
| Irwin Toy Ltd. | Canadian | Toronto |
| Kenner Parker Tonka Canada Inc. | American | Toronto |
| Hasbro Canada Inc. | American | Montréal |
| Charan Toy Co. Inc. | Canadian | Montréal |

* Based on 1980 SIC

# Bureaux régionaux

**Terre-Neuve**

Parsons Building
90, avenue O'Leary
C.P. 8950
ST. JOHN'S (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4053

**Île-du-Prince-Édouard**

Confederation Court Mall
134, rue Kent
bureau 400
C.P. 1115
CHARLOTTETOWN
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7M8
Tél. : (902) 566-7400

**Nouvelle-Écosse**

1496, rue Lower Water
C.P. 940, succ. M
HALIFAX
( Nouvelle- Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-2018

**Nouveau-Brunswick**

770, rue Main
C.P. 1210
MONCTON
(Nouveau-Brunswick)
E1C 8P9
Tél. : (506) 857-6400

**Québec**

Tour de la Bourse
800, place Victoria
bureau 3800
C.P. 247
MONTRÉAL (Québec)
H4Z 1E8
Tél. : (514) 283-8185

**Ontario**

Dominion Public Building
1, rue Front ouest
4e étage
TORONTO (Ontario)
M5J 1A4
Tél. : (416) 973-5000

**Manitoba**

330, avenue Portage
bureau 608
C.P. 981
WINNIPEG (Manitoba)
R3C 2V2
Tél. : (204) 983-4090

**Saskatchewan**

105, 21e Rue est
6e étage
SASKATOON (Saskatchewan)
S7K 0B3
Tél. : (306) 975-4400

**Alberta**

Cornerpoint Building
10179, 105e Rue
bureau 505
EDMONTON (Alberta)
T5J 3S3
Tél. : (403) 420-2944

**Colombie-Britannique**

Scotia Tower
9e étage, bureau 900
C.P. 11610
650, rue Georgia ouest
VANCOUVER
(Colombie-Britannique)
V6B 5H8
Tél. : (604) 666-0434

**Yukon**

108, rue Lambert
bureau 301
WHITEHORSE (Yukon)
Y1A 1Z2
Tél. : (403) 668-4655

**Territoires du Nord-Ouest**

Precambrian Building
Sac postal 6100
YELLOWKNIFE
(Territoires du Nord-Ouest)
X1A 1C0
Tél. : (403) 920-8568

*Pour obtenir des exemplaires de ce profil, s'adresser au :*

*Centre des entreprises*
*Direction générale des communications*
*Industrie, Sciences et Technologie Canada*
*235, rue Queen*
*OTTAWA (Ontario)*
*K1A 0H5*

*Tél. : (613) 995-5771*

**PU 3023**

# PROFIL
# DE L'INDUSTRIE
# JEUX ET JOUETS

1988

## AVANT-PROPOS

Étant donné l'évolution actuelle des échanges commerciaux et leur dynamique, l'industrie canadienne, pour survivre et prospérer, se doit de soutenir la concurrence internationale. Le profil présenté dans ces pages fait partie d'une série de documents qui sont des évaluations sommaires de la compétitivité de certains secteurs industriels. Ces évaluations tiennent compte de facteurs clés, dont l'application des techniques de pointe, et des changements qui surviendront dans le cadre de l'Accord de libre-échange.
Ces profils ont été préparés en consultation avec les secteurs industriels visés.

Cette série est publiée au moment même où des dispositions sont prises pour créer le ministère de l'Industrie, des Sciences et de la Technologie, fusion du ministère de l'Expansion industrielle régionale et du ministère d'État chargé des Sciences et de la Technologie. Ces documents seront mis à jour régulièrement et feront partie des publications du nouveau ministère. Je souhaite que ces profils soient utiles à tous ceux que l'expansion industrielle du Canada intéresse et qu'ils servent de base aux discussions sur l'évolution, les perspectives et l'orientation stratégique de l'industrie.

**Ministre**

## 1. Structure et rendement

**Structure**

L'industrie des jeux et des jouets est composée de 3 secteurs principaux. Le premier qui comprend une vaste gamme de jeux, dont les jeux de société, les jeux d'action et d'adresse, les jeux vidéo, les casse-têtes et autres jouets, comptait pour 73 p. 100 du total des expéditions en 1986. Le second secteur, celui des poupées, vêtements de poupées et animaux en peluche constituait 21 p. 100 des expéditions, tandis que le troisième, celui des véhicules pour enfants comme les bicyclettes (roues d'un diamètre inférieur à 35,5 cm), les tricycles, les traîneaux, les toboggans, les trottinettes et les véhicules en plastique, correspondait à 6 p. 100. Les bicyclettes dont les roues ont un diamètre supérieur à 35,5 cm font partie du secteur des articles de sport, qui fait l'objet d'un autre profil de l'industrie.

En 1986, cette industrie regroupait près de 98 entreprises qui employaient 3 925 personnes et fabriquaient des biens évalués à environ 350 millions de dollars. Les importations se chiffraient à 372 millions, soit 56 p. 100 du marché intérieur. Les principales sources d'importation du marché canadien sont les États-Unis, 105 millions de dollars; Hong-Kong, 73 millions; la Corée du Sud, 42 millions et Taïwan, 32 millions.

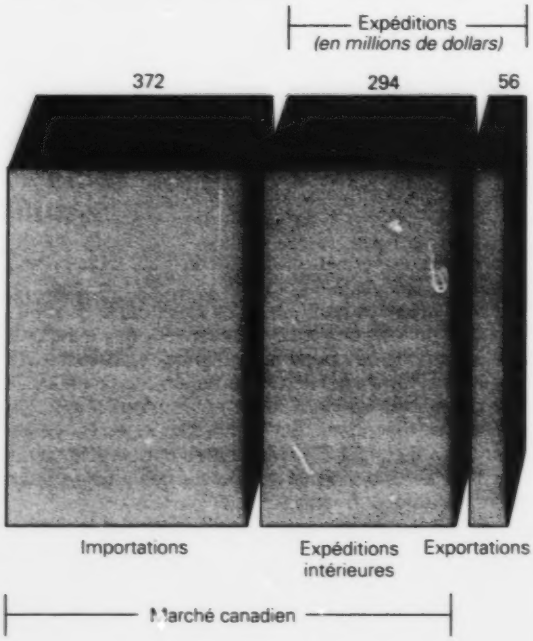
Les exportations, évaluées à 56 millions de dollars, représentaient 16 p. 100 des expéditions. Les États-Unis, qui achètent surtout des jeux de société, sont le principal marché des exportations canadiennes, avec 48 millions de dollars, suivis de la Grande-Bretagne, 3,3 millions et de l'Allemagne de l'Ouest, 1,3 million. Les entreprises canadiennes établies surtout à Toronto, 51 p. 100, et à Montréal, 30 p. 100, ont accès à des marchés importants, à un vaste bassin de main-d'œuvre ainsi qu'aux matières premières et à la sous-traitance, notamment pour le moulage en plastique, l'emballage et la couture.

Cette industrie est dominée par quelques grandes sociétés dont la vaste gamme de produits constitue une partie importante de l'ensemble de la production. En 1986, 21 des 98 entreprises canadiennes ont assuré 88 p. 100 des expéditions. Le reste de l'industrie se compose surtout de petites entreprises familiales. En 1986, 68 p. 100 de ces entreprises employaient moins de 20 personnes chacune, leur production ne totalisait que 7 p. 100 des emplois et des expéditions et la plupart se spécialisant dans la fabrication d'une ou de deux gammes de produits.

Depuis 1973, la propriété étrangère (surtout américaine) et la domination des grandes entreprises se sont accentuées. En 1986, les entreprises étrangères possédaient 40 p. 100 des établissements et fournissaient 68 p. 100 des expéditions de cette industrie. Cependant, Coleco et Tonka, deux importantes sociétés étrangères, ont interrompu en 1987 la fabrication de leurs produits au Canada, facteur qui devrait entraîner en 1988 une réduction de l'emploi et des expéditions intérieures.

Canada

Industrie, Sciences et Technologie Canada
Industry, Science and Technology Canada




***1986 - Importations, exportations et expéditions intérieures.***

La majorité des fabricants de jeux et de jouets oriente la production vers le marché canadien, fabriquant ainsi sous licence des produits dont les droits d'exportation sont de plus en plus contrôlés par d'importantes multinationales américaines. De plus, les entreprises canadiennes sont souvent appelées à répondre aux besoins à court terme des multinationales américaines et d'autres pays.

**Rendement**

La demande de jeux et de jouets dépend d'un certain nombre de facteurs démographiques, sociaux et économiques. Le niveau de revenu réel disponible est un élément particulièrement déterminant des dépenses des consommateurs en ce domaine. A cela s'ajoute le nombre d'enfants de moins de 15 ans, étant donné que beaucoup d'adultes de la génération de l'explosion démographique choisissent de devenir parents plus tard dans leur vie.

La demande est aussi très saisonnière. Les deux tiers des ventes se font au cours des trois derniers mois de l'année, les ventes restant liées aux variations du revenu personnel disponible, au degré de confiance du consommateur et à l'engouement pour certains jeux et jouets en vogue comme *Quelques arpents de pièges*, les poupées *Bout de chou* et les animaux *Wrinkles*.

De 1973 à 1986, les expéditions ont augmenté annuellement à un taux moyen réel de moins de 2 p. 100. Pendant cette période, l'industrie est devenue plus capitalistique, car les activités faisant surtout appel à la main-d'œuvre sont de plus en plus assurées par les fabricants étrangers à faible prix de revient, dont les coûts de production sont moins élevés. Conséquemment, le nombre d'emplois a diminué de plus de 1 p. 100 par année, soit une baisse d'environ 4 400 à 3 925 au cours de la période.

Le nombre d'établissements a augmenté de façon irrégulière, passant de 63 en 1973 à 98 en 1986. Ces nouvelles entreprises, en général de peu d'envergure, emploient au plus 4 personnes et cherchent à profiter des nouvelles demandes des consommateurs, comme celles du marché renouvelé des jeux de société à la suite du lancement des jeux *Quelques arpents de pièges* et *Balderdash*.

De 1973 à 1984, les exportations ont augmenté très lentement. Cependant, la popularité du jeu *Quelques arpents de pièges* a entraîné une augmentation importante des exportations de 1984 à 1986.

Au cours des 10 dernières années, les États-Unis ont été le principal marché des jeux et des jouets fabriqués ou assemblés au Canada. En 1986, ce pays a absorbé 86 p. 100 des exportations canadiennes, soit 48 millions de dollars. Avant 1980, les exportations vers les États-Unis étaient surtout des produits pour lesquels la demande ne justifiait pas la fabrication économique par les sociétés mères américaines, notamment les piscines avec glissoire, les pièces en plastique moulé et les pièces de jeux de société.

Les importations, contrairement aux exportations, se sont approprié une proportion croissante du marché canadien apparent des jeux et jouets, passant de 41 p. 100 en 1973 à près de 56 p. 100 en 1986. Elles se composent surtout de jouets et de pièces, 167 millions de dollars; de jouets en peluche, 50 millions; de poupées et de pièces de poupées, 40 millions ainsi que de jeux et de matériel de divertissement, 31 millions.

Avant 1981, le marché canadien était surtout alimenté par les États-Unis. Toutefois, au cours des 3 dernières années, les pays où les salaires sont bas, tels Hong-Kong, Taïwan et la Corée du Sud, ont augmenté considérablement leur part du marché canadien apparent. Les activités faisant surtout appel à la main-d'œuvre ont été confiées à des fabricants étrangers à faible prix de revient, comme le confirme l'importance grandissante des importations en provenance d'Asie : en 1986, 60 p. 100 des importations canadiennes provenaient de ce continent. Il s'agissait principalement de produits finis comme les poupées, les animaux en peluche et les jouets en métal moulé, produits qui remplacent aujourd'hui les produits fabriqués au Canada. Par ailleurs, les importations en provenance des États-Unis se composaient surtout de pièces qui devaient être retravaillées au Canada.

La situation financière de l'industrie des jeux et des jouets est difficile à évaluer, en raison de l'absence de données sur ce secteur.

## 2. Forces et faiblesses

**Facteurs structurels**

Sur le plan international, cette industrie est dominée par quelques multinationales, surtout américaines, qui décident de la conception, de la fabrication, de la commercialisation et de la promotion de leurs produits. Cette industrie rationalise et concentre de plus en plus ses activités de fabrication afin d'augmenter la part des marchés occupée par les multinationales et leurs réseaux de distribution. L'industrie nord-américaine doit donc faire face à de sérieuses pressions résultant d'une forte augmentation des importations, due à l'afflux de produits faits encore à la main dans les pays d'Asie connus pour leurs coûts de main-d'œuvre relativement bas. Cette industrie tend de plus en plus à se spécialiser dans l'assemblage, l'emballage et la distribution.

L'industrie canadienne se compose surtout de filiales de sociétés étrangères, établies pour servir le marché canadien plutôt restreint et protégé par des tarifs élevés. Comme elle ne bénéficie ni d'économies d'échelle importantes, ni de frais de production avantageux, ni d'autres avantages inhérents, elle se trouve donc très désavantagée par rapport à l'industrie américaine et au reste du monde. Les coûts des matières premières, des frais de transport et d'économies d'échelle entre les fabricants canadiens et leurs concurrents jouent un rôle déterminant lorsqu'il s'agit « de fabriquer ou d'acheter ».

En général, les matériaux de fabrication coûtent moins cher aux États-Unis qu'au Canada, en raison des rabais accordés pour les achats en grandes quantités. Les éléments et les pièces proviennent surtout des États-Unis à la suite de transferts effectués à l'intérieur de la même entreprise. Même s'ils sont assujettis à des tarifs, ils ne sont pas à l'abri des taux de change. Par ailleurs, plusieurs anomalies ont été relevées quant aux tarifs applicables aux pièces et aux jouets importés. Les tarifs sur les produits finis sont de beaucoup inférieurs à ceux qui frappent les pièces de ces mêmes produits. Actuellement, le cycle de fabrication des lots et les réglages fréquents augmentent considérablement les frais de fabrication. Même si la différence entre les salaires en vigueur dans cette industrie au Canada et aux États-Unis est minime, il se peut qu'en raison des frais de transport, la fabrication au Canada de jouets volumineux comme les véhicules en plastique et les gros jouets en peluche destinés au marché intérieur soit rentable.

La promotion des produits au moyen de campagnes de publicité massives et coûteuses (films, messages publicitaires pendant les émissions de télévision du samedi matin) ainsi que l'octroi de licences sont des facteurs importants, contribuant à créer une demande pour les jouets et à en faciliter la vente. Chef de file mondial de la conception et de la vente des jeux et des jouets, l'industrie américaine occupe la première place en raison de ses techniques de commercialisation, de publicité et de promotion.

Sur le plan mondial et nord-américain, les sociétés américaines ont tendance à autoriser des entreprises canadiennes à fabriquer sous licence les gros jouets destinés au marché canadien afin de compenser les limites de capacité à court terme des multinationales américaines et étrangères. De plus, elles chargent les sociétés canadiennes de la fabrication, pour l'ensemble de l'Amérique du Nord, des produits arrivés à maturité ou moins en demande.

Filiales de multinationales américaines, les entreprises canadiennes de jeux et de jouets ont facilement accès au transfert de la technologie, aux compétences en gestion et en commercialisation, ainsi qu'aux ressources particulières en matière de publicité, de promotion et de finances. En outre, afin d'encourager la fabrication au Canada, ces filiales peuvent profiter d'une ordonnance spéciale d'exonération qui autorise l'entrée temporaire des formes, des moules et des patrons. Ces articles peuvent entrer temporairement au Canada moyennant des droits de douane sur 1/60$^{e}$ de la valeur des objets pour chaque mois ou partie de mois de leur passage au Canada. Cette disposition élimine la reproduction coûteuse des moules et des formes servant à la fabrication de petits lots. Par ailleurs, les entreprises de propriété étrangère ont imposé à leurs filiales canadiennes certaines limites sur la commercialisation et sur les exportations de leurs produits ainsi que sur leurs travaux de R-D effectués sur place. Elles sont aussi astreintes à la fabrication de produits arrivés à maturité.

**Facteurs liés au commerce**

Le Canada et ses principaux partenaires commerciaux imposent les tarifs douaniers suivants sur les jouets et les jeux :

*TARIF DE LA NATION LA PLUS FAVORISÉE 1988*

| | Canada | É.-U. | CEE | Japon | Australie |
|---|---|---|---|---|---|
| Produits finis | 3,9-17,6 | 5-12 | 6-10,5 | 3,8-4,6 | 10-25 |
| Pièces | 0-25 | 0-10 | 5,5-8 | 0-4,6 | 10-25 |

Les tarifs douaniers perçus au Canada sont généralement plus élevés que ceux des États-Unis, de la CEE et du Japon, mais ils sont inférieurs à ceux de l'Australie. Le tarif préférentiel général (TPG) pour les pays en développement, qui varie entre 0 et 11,5 p. 100, s'appliquerait à quelque 63 p. 100 des produits importés au Canada. Les États-Unis et la CEE offrent des exonérations de tarifs et des tarifs préférentiels aux pays en développement.

En vertu de l'Accord de libre-échange, les tarifs seront supprimés bilatéralement au cours d'une période de 10 ans. Les règles d'origine joueront un rôle déterminant pour les entreprises qui assemblent des pièces importées et exportent les produits finis aux États-Unis. Les remises de tarifs sur les pièces importées des pays en développement pour les produits exportés aux États-Unis seront éliminées après 5 ans. L'Accord prévoit également l'harmonisation des normes techniques.

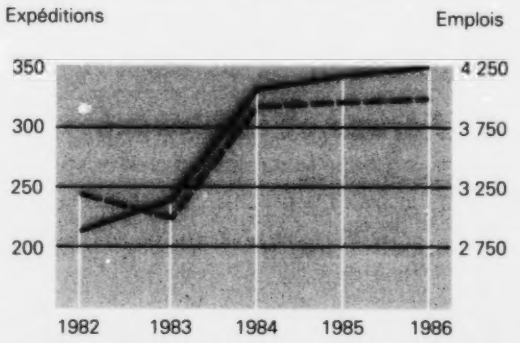
**Facteurs technologiques**

En raison de la domination des sociétés étrangères, l'industrie canadienne effectue peu de travaux de R-D et de promotion, par comparaison avec les États-Unis, Hong-Kong et l'Europe de l'Ouest. Par conséquent, peu de produits sont mis au point par l'industrie canadienne ou lancés d'abord au Canada. L'industrie canadienne, qu'il s'agisse de filiales de sociétés étrangères ou d'entreprises appartenant à des intérêts canadiens, dépend de sources étrangères, surtout américaines, sur le plan de la technologie — achetée ou employée sous licence — de nouveaux produits, d'inventions et de modes. En outre, ce secteur a été devancé par ses concurrents américains en matière de modernisation des installations de fabrication. Les dépenses d'immobilisations, par rapport au chiffre d'affaires, ont été moins élevées au Canada qu'aux États-Unis.

**Autres facteurs**

La *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*, concernant le bilinguisme de l'emballage, et la *Loi sur les produits dangereux*, touchant la sûreté des jouets, sont les deux principaux textes régissant l'industrie canadienne des jeux et des jouets. En outre, depuis avril 1980, le Québec interdit la diffusion télévisée de publicité destinée aux enfants de moins de 13 ans.

Il n'existe aucune barrière non douanière touchant les échanges commerciaux au Canada dans le secteur des jeux et des jouets, mais comme dans la plupart des pays, il faut noter des règlements, établis en accord avec l'industrie, au sujet de la sûreté des jouets. L'Association canadienne des fabricants de jouets a collaboré avec ses homologues étrangers à l'établissement de normes communes.




Expéditions ——— (en millions de dollars)

Emplois – – – –

Un guide d'achat des jouets, publié chaque année par le Canadian Toy Testing Council, organisme paragouvernemental à but non lucratif, influe également sur la popularité des jouets sur le marché. Les jouets sont évalués d'après leur sûreté, leur conception, leur durabilité et, facteur encore plus important, leur valeur « récréative ».

## 3. Évolution de l'environnement

Des études récentes démontrent que le jouet est de plus en plus considéré comme un outil pour l'épanouissement de l'enfant. Les parents qui sont sur le marché du travail disposent de moins de temps à consacrer à leurs enfants d'âge préscolaire, mais jouissent de revenus supérieurs. Ils exigent des jouets de nature à aider leurs enfants à se développer et non des jouets purement divertissants. Certains petits manufacturiers canadiens ont créé des jeux éducatifs originaux pour répondre à cette tendance qui ouvre un marché en pleine expansion.

La rationalisation de l'industrie nord-américaine, résultant de fusions, de prises de contrôle et de déssaisissements par des multinationales afin d'étendre le réseau global de distribution, se traduira par une concentration encore plus grande de cette industrie. Celle-ci est désormais composée d'entreprises plus importantes et plus solides, mieux armées pour profiter des économies d'échelle. Cependant, il faut s'attendre à ce que la production canadienne ne puisse soutenir le rythme de la demande, étant donné le recours à des entreprises situées à l'étranger, dans des pays où les salaires sont moins élevés. Ce phénomène diminuera la production au Canada et favorisera l'entreposage de produits fabriqués aux États-Unis et en Asie.

L'industrie devra faire face à une augmentation de la concurrence directe des produits américains à mesure que les tarifs seront éliminés au cours de la période de 10 ans suivant la signature de l'Accord. Compte tenu de l'envergure des grandes sociétés américaines, de l'importance de leurs campagnes publicitaires et du rôle prépondérant de la fabrication sous licence, les fabricants américains continueront de dominer ce secteur. Les règles d'origine auront un effet négatif sur les entreprises qui assemblent les pièces importées puis exportent les produits vers les États-Unis, étant donné que ces produits ne pourront bénéficier d'un traitement préférentiel. Cette situation ne fera qu'accélérer le déplacement aux États-Unis ou ailleurs de la fabrication de jouets destinés au marché américain. Même si un certain nombre de petits fabricants demeurera au Canada, il est probable que la majorité des entreprises canadiennes s'éloigneront de la fabrication pour se cantonner dans l'entreposage et la distribution de produits importés.

## 4. Évaluation de la compétitivité

Dans un proche avenir, l'industrie canadienne des jeux et des jouets qui n'est pas compétitive sur le plan international continuera d'être désavantagée sur le plan de la concurrence. Cette industrie se compose essentiellement de filiales d'entreprises étrangères servant le marché intérieur et elle est dominée par quelques grandes multinationales étrangères qui contrôlent l'industrie partout dans le monde. Les usines de petit calibre installées au Canada ne profitent pas d'économies d'échelle, de frais de production avantageux ou d'autres avantages inhérents. La fabrication faisant surtout appel à la main-d'œuvre étant de plus en plus confiée à des installations situées à l'étranger en raison des bas salaires payés, l'industrie canadienne oriente davantage ses activités vers l'emballage et la distribution.

En général, l'élimination des tarifs en vertu de l'Accord devrait avoir des répercussions négatives sur la production de jeux et de jouets au Canada ainsi que sur les tendances d'ensemble dont il a déjà été question.

Pour de plus amples renseignements sur ce dossier, s'adresser à :

Industries des services
et des biens de consommation
Industrie, Sciences et Technologie Canada
Objet : Jeux et jouets
235, rue Queen
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5

Tél. : (613) 954-3104

## PRINCIPALES STATISTIQUES — CTI 3932 (1980)

| | 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Établissements | 63 | 76 | 74 | 96 | 98 | 8 |
| Emplois | 4 408 | 3 241 | 3 000 | 3 878 | 3 900 | 3 925 |
| Expéditions* | 98 | 215 | 240 | 330 | 340 | 350 |

## STATISTIQUES COMMERCIALES

| | 1973 | 1982 | 1983 | 1984 | 1985 | 1986 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Exportations* | 13,7 | 31 | 28,4 | 84,6 | 56,3 | 56,0 |
| Expéditions intérieures* | 85,3 | 184 | 211,6 | 245,4 | 283,7 | 294,0 |
| Importations* | 60,3 | 287 | 293,8 | 337,8 | 325,0 | 372,0 |
| Marché intérieur* | 145,6 | 501 | 505,4 | 583,2 | 608,7 | 666,0 |
| Exportations (en % des expéditions) | 14,0 | 14,4 | 11,8 | 25,6 | 16,5 | 16,0 |
| Importations (en % du marché intérieur) | 41,4 | 57,3 | 58,1 | 57,9 | 53,4 | 55,9 |

| Source des importations (en %) | | É.-U. | CEE | Asie | Autres |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1981 | 38,7 | 7,2 | 49,7 | 4,4 |
| | 1982 | 35,4 | 10,4 | 51,3 | 2,9 |
| | 1983 | 43,0 | 10,7 | 44,0 | 2,3 |
| | 1984 | 34,3 | 6,0 | 50,7 | 9,0 |
| | 1985 | 25,3 | 5,9 | 63,0 | 5,8 |
| | 1986 | 28,3 | 6,5 | 60,3 | 4,9 |

| Destination des exportations (en %) | | É.-U. | CEE | Asie | Autres |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1981 | 57,3 | 25,8 | 1,0 | 16,2 |
| | 1982 | 55,1 | 18,8 | 2,0 | 24,1 |
| | 1983 | 67,3 | 14,4 | 4,0 | 14,3 |
| | 1984 | 92,9 | 3,8 | 2,6 | 0,7 |
| | 1985 | 90,7 | 4,8 | 0,5 | 4,0 |
| | 1986 | 86,0 | 9,5 | 0,8 | 3,7 |

## RÉPARTITION RÉGIONALE — Moyenne des 3 dernières années

| | Atlantique | Québec | Ontario | Prairies | C.-B. |
|---|---|---|---|---|---|
| Établissements (en %) | 4,1 | 30,2 | 51,1 | 8,3 | 6,3 |
| Emplois (en %) | 0,2 | 29,7 | 68,7 | 0,4 | 1,0 |
| Expéditions (en %) | 0,1 | 24,9 | 71,6 | 1,0 | 2,4 |

## PRINCIPALES SOCIÉTÉS

| Nom | Propriété | Emplacement |
|---|---|---|
| Irwin Toy Ltd. | canadienne | Toronto |
| Kenner Parker Tonka Canada Inc. | américaine | Toronto |
| Hasbro Canada Inc. | américaine | Montréal |
| Charan Toy Co. Inc. | canadienne | Montréal |

*Les montants indiqués sont exprimés en millions de dollars.